



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE
LAS MYPES DE LA ASOCIACIÓN HIJOS DE APURÍMAC, DISTRITO
ATE-2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

HUAYNATIS INGA, Solanch Steysi

ASESOR:

Dr. DÍAZ SAUCEDO, Severino Antonio

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

Lima – Perú

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por doña:

HUAYNATIS INGA, SOLANCH STEYSI

Cuyo título es:

"INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DE LA ASOCIACIÓN HIJOS DE APURIMAC, DISTRITO ATE-2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (número), Quince (letras).


Lugar y fecha: 28 de Noviembre del 2018



.....
Dr. Delgado Céspedes, Carlos Alberto
PRESIDENTE



.....
Mg. Casma Zarate, Carlos Antonio
SECRETARIO



.....
Dr. Díaz Saucedo, Severino Antonio
VOCAL

aboró	Dirección de Investigación	Revisó	• Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
-------	----------------------------	--------	----------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

A Dios, por darme la dicha de seguir viviendo cada día y poder lograr mis objetivos.

A mis padres Rosario Inga Campos y Fredy Huaynatis Jacay, por darme el apoyo incondicional y a todas las personas que me ayudaron de una u otra manera a realizar mi Proyecto de Investigación.

AGRADECIMIENTO

A mis padres Rosario Inga Campos y Fredy Huaynatis Jacay, de igual manera a mis tías Rocio Inga Campos y Lourdes Inga Campos quienes a lo largo de mi vida me han apoyado y motivado en mi formación académica.

A mi profesor Severino Antonio Díaz Saucedo que me ha apoyado durante todo el desarrollo de mi Proyecto de Investigación, por su paciencia y enseñanza.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Huaynatis Inga, Solanch Steysi con DNI N° 70584103, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento, que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 28 de diciembre del 2018



Solanch Steysi Huaynatis Inga

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Innovación de servicios y Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada.

Huaynatis Inga, Solanch Steysi

INDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
INDICE	vii
INDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN	x
I. INTRODUCCION	11
1.1. Realidad Problemática	11
1.2. Trabajos previos	14
1.2.1. Internacional	14
1.2.2. Nacional	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	17
1.3.1. Variable Independiente – Innovación de Servicios	17
1.3.2. Variable Dependiente – Crecimiento Empresarial	21
1.4. Justificación del estudio	23
1.4.1. Justificación Teórica	23
1.4.2. Justificación Legal	24
1.4.3. Justificación Metodológica	24
1.4.4. Justificación Práctica	24
1.5. Formulación del problema	24
1.5.1. Problema General	24
1.5.2. Problemas Específicos	24
1.6. Hipótesis	25
1.6.1. Hipótesis General	25
1.6.2. Hipótesis Específicos	25
1.7. Objetivos	25
1.7.1. Objetivo General	25
1.7.2. Objetivo Específicos	25
II. MÉTODO	26
2.1. Diseño de Investigación	26
2.1.1. Tipo de Investigación	26
2.1.2. Enfoque de investigación	26

2.1.3.	Nivel de Investigación	26
2.2.	Variables, Operacionalización	27
2.3.	Población y muestra	28
2.3.1.	Población	28
2.3.2.	Muestra	28
2.3.3.	Muestreo	28
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	29
2.4.1.	Técnicas de recolección de datos	29
2.4.2.	Instrumentos de recolección de datos	29
2.4.3.	Validez	29
2.4.4.	Confiabilidad	29
2.5.	Métodos de análisis de datos	31
2.6.	Aspectos éticos	31
III.	RESULTADOS	32
3.1.	Análisis de los resultados por variables	32
3.1.1.	Análisis de los resultados por dimensiones	33
3.2.	Pruebas de las Hipótesis de la investigación	35
3.2.1.	Prueba de la Hipótesis General	35
IV.	DISCUSION	40
4.1.	Discusión por objetivos	40
4.2.	Discusión por metodología	40
4.3.	Discusión por resultados	40
4.4.	Discusión por conclusiones	41
V.	CONCLUSIONES	42
VI.	RECOMENDACIONES	43
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	45
	ANEXOS	48
	Anexo 01: Instrumento de Recolección de Datos.	48
	Anexo 02: Validación del Instrumento.	49
	Anexo 03: Acta de aprobación de originalidad de tesis	60
	Anexo 04: Pantallazo de software turnitin	61
	Anexo 05: Autorización de publicación de tesis	62
	Anexo 06: Autorización de la versión final del trabajo de investigación	63

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla N°1: Matriz de operacionalización de variables</i>	27
<i>Tabla N°2: Formula para tamaño de muestra</i>	28
<i>Tabla N°3: Validez de expertos</i>	29
<i>Tabla N°4: Resumen de procesamiento de casos</i>	30
<i>Tabla N°5: Estadística de fiabilidad</i>	30
<i>Tabla N°6: Escala de medidas para evaluar el Coeficiente alfa de Cronbach</i>	31
<i>Tabla N°7: Análisis descriptivo de la variable 1</i>	32
<i>Tabla N°8: Análisis descriptivo de la variable 2</i>	32
<i>Tabla N°9: Análisis descriptivo de la dimensión 1 – variable 1</i>	33
<i>Tabla N°10: Análisis descriptivo de la dimensión 2 – variable 1</i>	33
<i>Tabla N°11: Análisis descriptivo de la dimensión 3 – variable 1</i>	34
<i>Tabla N°12: Análisis descriptivo de la dimensión 1 – variable 2</i>	34
<i>Tabla N°13: Análisis descriptivo de la dimensión 2 – variable 2</i>	35
<i>Tabla N°14: Correlación entre la Innovación de servicios y Crecimiento Empresarial</i>	36
<i>Tabla N°15: Correlación entre Innovación de producto y crecimiento empresarial</i>	37
<i>Tabla N°16: Correlación entre Innovación de proceso y crecimiento empresarial</i>	38
<i>Tabla N°17: Correlación entre Innovación de organización y crecimiento empresarial</i>	39

RESUMEN

La presente investigación titulada “Innovación de servicios y Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018”, el cual se apoyó en el autor Schumpeter que representa a la teoría enfocada a la innovación de servicios, que menciona que la función principal del empresario es innovar, en cuanto al crecimiento empresarial se utilizó la teoría de Marris, el cual refiere que los gerentes de las sociedades anónimas están interesados en maximizar la tasa de crecimiento de ventas, sujeto a una restricción de precio. El método de la investigación es Hipotético-Deductivo, el tipo de investigación es aplicada, nivel descriptivo – correlacional y diseño no experimental de corte transversal; donde la muestra estuvo conformada por 46 directivos de Mypes. Se utilizó el instrumento de cuestionario con respuesta dicotómica, escala nominal conformada por 22 preguntas. Se concluye, que existe relación entre la Innovación de servicios y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

Palabras clave: Innovación de servicios, crecimiento empresarial, MYPES.

ABSTRACT

This research entitled "Innovation of services and business growth of the MYPES of the Association Hijos de Apurímac, District Ate-2018", which was based on the author Schumpeter who represents the theory focused on service innovation, which mentions that The main function of the entrepreneur is to innovate, in terms of business growth Marris's theory was used, which states that the managers of the corporations are interested in maximizing the rate of sales growth, subject to a price restriction. The research method is Hypothetical-Deductive, the type of research is applied, descriptive level - correlational and non-experimental cross-sectional design; where the sample was conformed by 46 managers of Mypes. The questionnaire instrument with a dichotomous response was used, a nominal scale consisting of 22 questions. It is concluded that there is a relationship between the Innovation of services and business growth of the MYPES of the Association Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

Keywords: Service innovation, business growth, MYPES.

I. INTRODUCCION

1.1. Realidad Problemática

En la Actualidad las MYPES tienen mayor participación en el mercado, ya que son las principales generadoras de trabajo, sin embargo, presentan obstáculos en su desarrollo empresarial, donde se predomina la falta de financiación y la poca innovación. Por ello la innovación de servicios o productos es uno de los factores fundamentales en las MYPES, ya que permite captar clientes potenciales mediante productos o servicios novedosos o mejorados, puesto que llevara a las empresas poder incrementar sus ventas y poder mantener una participación competitiva en el mercado.

A nivel internacional, el crecimiento empresarial en las MYPES juega un rol importante, ya que permite generar puestos de trabajos, pues según información referida de El Comercio (2015) existe 10 millones de MYPES situada en América Latina, lo cual genera el 47% de empleos a 127 millones de personas, a pesar de su bajo rendimiento y alta informalidad, lo cual genera obstáculos para el desarrollo de la productividad. Con referencia a nuestros vecinos Chilenos según la OIT y SERCOTEC existen más de 1,5 millones de MYPES, que la mayor parte lo predomina el sector terciario como el comercio, restaurantes, hotelería, transporte y los servicios financieros entre otros, los cuales 805 mil microempresas son informales, de manera que existe la informalidad en las MYPES, presenta problemas de calidad del empleo y en consecuencia de ello la baja productividad de estas (2010). En el País de Colombia menciona la Pagina Dinero (2016) que según el Registro Único Empresarial y Social (Rues) refiere que el total de microempresas hacen el 94,7% y las pequeñas y medianas el 4,9%, cabe resaltar que las MYPES son esenciales para el sistema productivo en Colombia, ya que representa el 67% de empleo referido del DANE. Así mismo en el País de México existe una mayor participación de MYPES como lo menciona Ramos, en la Revista digital Líder Empresarial, que de 4 millones de empresas en México, el 97,6% pertenece a las MYPES, donde se destaca el sector comercial abarcando el 56,5%, seguido del sector de servicios con 32,4% y con el 11,1% de manufacturas, representando el 75% de empleo en el País (2016).

En el Perú, las MYPES representa el 96.5% y el 80% de estos son informales, pero la informalidad restringe su desarrollo empresarial, es de suma importancia que se crea la productividad y eficiencia para poder impulsar el desarrollo de estas y así mismo sus

bienes o servicios puedan expandirse a mercados internacionales, por ello se buscara las herramientas y competencias necesarias para que las MYPES puedan fortalecer sus habilidades y capacidades, comprendiendo la importancia de formalizar su pequeña empresa. (Villar, 2017). Según la Asociación de Emprendedores del Perú, las dificultades que presentan las MYPES para su crecimiento son de poder atraer clientes potenciales, mejorar los productos o servicios y así mismo la falta de innovación y poder mantener el rendimiento, otro punto es, que el 68% de MYPES empezaron utilizando Facebook para poder vender sus productos u ofrecer sus servicios (2017). A cerca de la región Junín menciona Ramos, en el Diario Correo (2017) según la INEI: que existe 75 mil 62 empresas, de las cuales el 96,7% pertenecen a microempresas, mientras que la pequeña empresa el 2,6%, la mediana y gran empresa un 0.2%. En cuanto a la informalidad el 60% pertenece a las microempresas, debido a la falta de una asesoría apropiada en la estructura de empresas, tomo en cuenta que al formalizar pueden acceder a amplios beneficios, así como ofrecer sus servicios o productos al estado y a un financiamiento para desarrollar actividades innovadoras. Con relación a la alta informalidad también se manifiesta en la Región Piura, menciona el Diario La República (2014) según la Corporación Financiera de Desarrollo (Cofide): Existe 138 mil MYPES registradas en la región Piura, de las cuales el 96% son informales, el gerente de Desarrollo de Cofide manifestó que ofrecerá a las MYPES muchos principios para la proyección empresarial en la forma que el negocio sea sostenible y rentable en el pasar de los años. Así mismo en la Región de Puno también presenta una gran parte de informalidad de las MYPES, menciona el Diario Los Andes(2015) según de los datos de la Cámara de Comercio, manifiesta que existe más de 300 MYPES informales, que abarca el 88% de las empresas, de las cuales 31 mil de éstas son formales, el encargado del Centro de Capacitación de la Cámara de Comercio y la Producción de Puno, indica los beneficios que tendrían las MYPES al formalizar, por ejemplo: girar facturas, ofrecerle sus servicios o productos al estado, el incremento de las ganancias, por esta razón se desarrollará un taller de modo que los empresarios puedan desarrollar sus habilidades y capacidades.

En el departamento de Lima, menciona El Diario de Economía y Negocios (2018) según la INEI: desde el cuarto trimestre del 2017, se generaron 29,058 MYPES, el cual representa el 42.4% del total, reflejando mayor movimiento empresarial en la capital del Perú. Así mismo, se registró 17,532 MYPES constituidas como persona natural, el 52,8% son conducidas por las mujeres y el 47.2% por

los hombres. Sin embargo, también la mayor disminución de cierres de empresas fue la de Lima, acerca de los distritos donde se abarco mayor cifra de MYPES fue el Distrito de Ate con 1,777, Lima Cercado 2,390, SMP 1,882, La Victoria 1,660, entre otros. Para reducir la informalidad en el Distrito de los Olivos, menciona el Diario Oficial El Peruano(2016) según El Ministerio de Trabajo y Formalización del Empleo (MTPE), realizo una Feria llamado “Feria Formalízate Ahora” en donde los empresarios y los emprendedores podrán aprender acerca de la gestión de la planilla electrónica, el registro en ESSALUD, y la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC), entre otros beneficios, con el fin de promover la formalización laboral de las MYPES en el distrito de los Olivos. Mientras la municipalidad de Ate se enfoca en potenciar el crecimiento empresarial en las MYPES, según la Página Oficial de la Municipalidad Distrital de Ate (2013) realizó el Ciclo de Conferencias “Tecnología Empresarial”, lo cual es gratuito, con el propósito de cooperar en el desarrollo sostenible de las MYPES, brindando las herramientas modernas en competitividad, por medio de profesionales especializados en temas de Gestión Empresarial. Otro tema es, la alta informalidad ubicado en el Emporio Comercial de Gamarra, del distrito de la Victoria según Calua, García, García y Ruiz en su proyecto de estudio, Factores que desalientan la formalización de los empresarios del micro y pequeñas empresas del sector de manufactura del rubro textil en el Emporio Comercial de Gamarra (2016) identifica como uno de los factores el por qué los microempresarios no optan por la formalización, es el desconocimiento de los beneficios que brinda el Estado Peruano , de la mano con los factores socioculturales. Otro punto es, que la Municipalidad de la Victoria es uno de los principales causantes de la informalidad en el Emporio Comercial de Gamarra, ya que da la facilidad a los microempresarios informales a ofrecer sus mercancías en las vías públicas, por medio del cupo que percibe los inspectores municipales, perjudicando a las MYPES formales en su rentabilidad de su negocio.

En la Asociación Hijos de Apurímac ubicado en el Distrito de Ate, existe Microempresas que no utilizan un medio potente que es el internet, y uno de los factores es la falta de conocimiento de esta, es sumamente importante para toda empresa este medio, ya que permite transmitir información necesaria de los servicios o bienes que ofrece la organización, y a la vez la captación de nuevos clientes. Así mismo, se presenta la informalidad en la mayoría de éstas, debido que desconocen los beneficios que le ofrece el Estado al formalizarse, lo que no les permite la expansión de su servicio a nivel local y nacional.

También, se observa que las microempresas situadas en la Asociación Hijos de Apurímac, no implementan la innovación en servicios para sus negocios, debido a la falta de tiempo, dinero o experiencia.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Internacional

Castillo (2010) Él cual tuvo como objetivo determinar los niveles principales que atribuyen a generar una mejor innovación en las empresas del fondo emprendedor de Manizales. El estudio fue de nivel explicativa causal, con diseño no experimental de corte transversal. El proceso de recolección de la información se realizó a través de una entrevista en profundidad dirigida a gerentes o propietarios de las pymes de alimentos, cuya población será igual que la muestra fue de 5 pymes del sector alimentos del fondo emprender de la ciudad de Manizales. Concluye que las estrategias a emplear tienen que ser las adecuadas, la cuales sean aplicables en función a mejorar las distintas tendencias, trabajando de la mano con el personal y así puedan brindar las ideas correctas en acción de mejorar los productos que se ofrecen.

Burgos (2014) Él cual tuvo como objetivo principal desarrollar las etapas de innovación en creación de diversas actividades que terminen en ideas de progreso continuo, en las Mypes metalmecánicas de una ciudad de Colombia. El estudio fue analítico. La unidad de estudio estuvo compuesta por investigaciones previas, la muestra fue de los documentos más significativos. En conclusión, existen entidades del estado que impulsan el desarrollo de las Mypes en función de actividades y procesos, situadas en impulsar y crecer a través de ACOPI.

Moreno (2016) Él cual cuyo objetivo general es establecer patrones sobre la innovación como ente principal para el éxito, a su vez comparando diversas empresas mediante una escala de crecimiento en las utilidades y ventas de los últimos 3 años, midiendo la evolución por medio del desempeño de la empresa. Así mismo, el estudio incorpora dos etapas de estudio, cada una con diseños metodológicos independientes, en la primera fase se aplica una herramienta exploratoria, la unidad de análisis fue conformada por empresas familiares y no familiares del sector industrial en la zona de la Laguna. La segunda fase una estudio cuantitativa, que fue representada por un ente empresarial CANACINTRA, que proporcione los datos necesarios para el estudio en mención a generar una

localización. Los cuales tuvieron como conclusión, que no existe un alentador presupuesto para desarrollar o impulsar a las Mypes en el mercado, existe un gran porcentaje que se resiste al cambio, de la mano al poco estudio que realizan las empresas al mercado donde desean incorporar sus nuevos productos, causando así, una competencia muy paupérrima.

Artículo publicado en la Revista Semestre Económico, ISSN: 0120-6346, núm. 40, pp.117-144. Astudillo y Briozzo (2015) Él cual tuvo como objetivo elaborar una disección entorno a las Mypes manufactureras de Ecuador y Argentina. El estudio fue de enfoque cuantitativo, y es de naturaleza no experimental. El diseño es transversal, dado que estudia dos países en un mismo momento del tiempo, y es de tipo exploratorio – descriptivo. Se observa que los resultados en las Mypes entre los países de Ecuador y Argentina, son totalmente distintos ya que se ve revelador que Argentina sostiene más la innovación, cuyos procesos permiten que las empresas crezcan mediante una estrategia implantada por el estado, mientras que los ecuatorianos no presentan procesos adecuados para el desarrollo de sus Mypes.

Artículo publicado en la Revista Semestre Económico, ISSN: 0120-6346, núm. 31, pp.187-194. Avendaño (2012) Él cual tuvo como objetivo principal indagar a las Mypes de Cúcuta sobre cómo desarrollar las actividades en mejora a una gestión frente a la innovación. El estudio fue exploratorio y descriptivo. Como solución existe centrarse en mejorar las capacidades de gestión en materia de eficacia y desarrollo, creando ventajas económicas en las Mypes.

1.2.2. Nacional

Vargas (2017) Él cual tuvo como objetivo principal determinar el nivel de Innovación empresarial en Mypes del sector de calzado en el distrito de El Porvenir. La metodología del estudio fue descriptiva, con diseño no experimental de corte transversal. La población fue pequeña, la muestra fue de 26 Mypes, la encuesta estuvo basada en el Manual de Oslo y una guía de observación. Los resultados fueron que el 61.5% dando un nivel alto, indican que los microempresarios implementan la innovación empresarial en sus negocios, mientras que el 38.5% dando con un nivel medio en cuanto a la innovación empresarial. Se encontró que existe un alto porcentaje en la innovación de los productos, involucrado en la masiva diversificación que existe, eso conllevó a que existe un erróneo proceso en la producción.

Arzola (2017) Él cual tuvo como objetivo general identificar los problemas que dificultan el crecimiento de las pequeñas organizaciones en Huanchaco. El tipo de estudio fue

descriptivo con diseño de estudio no experimental de corte transversal, cuya población será igual que la muestra fue de 245 empresarios formales del distrito de Huanchaco. En conclusión, se encontró factores determinantes que influyen de manera negativa en el desarrollo de las Mypes, tales como la motivación de los empresarios, el financiamiento y por último el conocimiento. De tal manera existe un factor positivo que recae sobre el tamaño de la empresa.

Sudario (2017) Él cual tuvo como objetivo principal examinar las consecuencias tecnológicas que se obtienen entorno a las exportaciones agropecuarias en los últimos quince años. El método del estudio es hipotético deductivo, de enfoque cuantitativo. Es de tipo aplicada, de diseño no experimental y de nivel correlacional causal. El estudio estuvo compuesto por datos anuales registrados, desde el año 2000 al 2015. De las entidades públicas como INIA MINAG, CONCYTEC. Así mismo, la SUNAT pone a disposición reglas de exportación, basadas en las tecnologías de la innovación, mejorando el crecimiento de los servicios y productos en las MYPES.

Lambert (2016) Él cual tuvo como objetivo general determinar si existe relación entre la cultura intraemprendora en la innovación de los micro y pequeños empresarios del calzado en Trujillo. El método del estudio fue descriptivo, con diseño no experimental de corte transversal, cuya población fue 10 micros y pequeños empresarios. La población será igual que la muestra fue de 10 Mypes del calzado que participaron en el Programa Innóvate de Trujillo. Los resultados fueron que el 76% de trabajadores son intraemprendedores, indica que es alta, mientras el 71% de las Mypes empresarios son innovadores, es alta.

Cutipa (2015) Él cual tuvo como objetivo general relacionar la intensidad de innovación, el perfil del empresario y la competitividad. El estudio fue descriptivo – correlacional, con diseño no experimental. La población será igual que la muestra fue 31 MYPES exportadores de la región Puno. Concluye que si hay una relación directa y altamente significativa entre el perfil del empresario, intensidad de innovación y la competitividad. Así mismo, la mayoría de las MYPES tienen un alto impacto en la competitividad por las actividades intensificadas en innovación de productos, mercado c procesos y modelos de negocio, y por el grado de desarrollo de competencias alcanzados en búsqueda de oportunidades, capacidad de logro y carácter innovador que constituye el perfil del empresario.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Variable Independiente – Innovación de Servicios

Schumpeter (citado por Clemence) en sus ensayos menciona, la innovación como uno de los factores que influye el cambio económico (1968) “como los cambios en la técnica de producción, la conquista de nuevos mercados, el descubrimiento de nuevos bienes” (p.135). Él cual refiere, que la innovación parte de ciertas transformaciones que uno como persona ve necesario cambiar para mejorar un producto o servicio existente.

Así mismo, Schumpeter menciona en su obra Teoría del desenvolvimiento económico (1912) que toda empresa es motor y desarrollo entorno a una función, que corresponde a buscar innovar con mejora en su sector empresarial (Consejo de Educación, Juventud y Deportes, s.f., p.3).

El desarrollo económico tiene varias ramas siendo uno de ellas la innovación que parte como una herramienta capaz de transformar o mejorar un nuevo servicio o producto en función a los clientes y una demanda insatisfecha. Esencialmente toda empresa necesita incrementar sus ventas, ya sea en función del desarrollo o una nueva herramienta; en este caso entra a tallar la innovación como fuente de progreso y crecimiento, en busca de una rentabilidad buena.

Para Schumpeter, la innovación es la utilización beneficiosa de una planificación, que aquello que se renovó efectivamente produzca un importe agregado al consumidor final. El considera que hay 5 caminos para innovar y son: 1) Entrada de modernos bienes 2) entrada de un moderno sistema productivo. 3) iniciación de un moderno mercado. 4) toma de modernas fuentes de oferta de materias primas. 5) creación de una moderna corporación en una establecida industria (p.5).

Para Drucker (citado por el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe) sostiene que la Innovación es el pilar fundamental del emprendimiento, la cual lo lleva a generar nuevos recursos que benefician a la empresa [...] todo servicio generado, crea un mayor desarrollo en cuestión de potencia y riqueza, brindándole recursos adecuados para crearla (2004, p.3). Se hace mención que es parte del emprendimiento, que bien se puede dar tanto en el sector público como privado, con el fin de buscar nuevos recursos en beneficio de la población, a todo eso llamamos innovación, lo cual es sostenible en el tiempo.

Conceptualización de Innovación de Servicios

Desarrollar nuevas ideas frente a un producto o servicio, es necesario en todas las organizaciones, ya que permite abrir nuevos mercados, teniendo como consecuencia el crecimiento de la empresa, en beneficio ella y de las necesidades que presenta que el mercado. Según Ponti y Ferras (citado por Murcia, 2015) parte de una organización representada en generar valor mediante un servicio, eso a su vez naciendo desde una perspectiva adecuada en mejorar un producto en función a una idea planteada, haciendo mención a crear un nuevo valor agregado (p.61). Parte generalmente de la capacidad de la persona, en modificar un producto o servicio a raíz de una necesidad o tecnología, mejorando el beneficio hacia los clientes.

Según Sundbo y Gallouj (citado por Jacob, Tintore y Torres, 2001) Se dividen en esencialmente en 4 ramas; partiendo desde de la Innovación en el mercado, Innovación de producto, Innovación de proceso e Innovación de organización (p.23). Son cuatro etapas que distinguen la innovación dentro de una organización, desde un punto crítico, el más importante sería los procesos que tomara la empresa para innovar en el producto enfocado hacia nuevos mercados.

Según la OCDE (2005) Se forman desde cuatro pilares dentro de la Innovación tanto en el producto, proceso, organización y la mercadotecnia (p.58-63). Suelen llamarse etapas de mejoramiento o desarrollo, como procesos adecuados para incorporar una herramienta en la gestión de la Innovación.

Para Palacios (2015) Se da desde las ideas que se plantean y ofrecen, mediante procesos que se tendrán que moldear en el mercado en mención hacia los clientes (p.45). La innovación siempre será enfocada a brindarle una mayor conformidad al cliente, adaptándolo a la necesidad. Así mismo permite brindar ideas que desarrollen un producto o servicio.

Según López, Montes y Vázquez (2007) la innovación busca adaptarse o ser adaptado hacia las necesidades de las personas, generando ventajas competitivas en la comercialización de sus bienes, mediante mejoras sostenidas en el producto, así mismo se convierte en objetivo buscar la mejora continua (p.5). Generar nuevos productos o adaptar uno a la demanda del mercado, se necesita estrategias de comercialización, enfocados en el entorno de los clientes, buscando ser sostenible para los potenciales clientes.

Dimensiones

Innovación de producto

Según la OCDE (2005) define la innovación de producto como la colocación mejorada de un producto, englobando a sus características y diseños, incluyendo en todo tipo de servicios y mejoras; tanto en lo interno como en lo externo con el fin de superar las expectativas del mercado (p.58-59). Significativamente presenta características en mejoramiento de un producto, desarrollándose como innovación. Corresponde a una forma de generar nuevas expectativas frente a un producto, embelleciendo su interior y exterior.

Según Sundbo y Gallouj (1998, citado por Jacob, Tintore y Torres, 2001) Menciona que representa un nuevo mejorado producto con nuevas tendencias y conocimientos enfocados en el producto con un beneficio específico (p.23). Toda gira entorno a un receptor que es el cliente, como pilar fundamental dentro de una innovación y mejoras enfocadas a una total satisfacción.

Indicadores

Diseño de servicio: Presenta en formar una mirada exhaustiva de lo que desean los clientes, enfocados en generar mayor valor del servicio [...] sintetizando generalmente el valor generado convirtiéndolo en expectativas, cultura y necesidad (Urquilla, 2016, párr.12). El diseño del servicio se genera en términos de satisfacción del cliente, al respecto de un nuevo producto o servicio brindado.

Materiales e insumos: “Los insumos son todos los recursos con los que cuenta la organización para generar los productos y servicios” (Valerio y Mogollón, 2008, párr. 1).

Según Arias (citado por Catarina, 2010) refiere que los materiales “son las cosas que procesan y combinan para producir el servicio, la información o el producto final, entre las cuales están las materias primas, los bienes materiales y el dinero” (p.2). Los materiales sirven como herramientas, que funcionan en construcción de un servicio o producto mejorado o innovador.

Innovación de proceso

Según la OCDE (2005) define que la innovación de procesos implica en generar nuevas técnicas y herramientas, involucradas en la producción de los productos y posteriormente a una correcta distribución de ellos, así mismo se enfoca en poseer correctamente una nueva estrategia de eficiencia en sus diversos programas que se utilizan (p.59). Es la colocación de un nuevo mecanismo, que ayudara a mejorar la organización en beneficio de su producción, conllevando a elevar los ingresos.

Según Sundbo y Gallouj (citado por Jacob, Tintore y Torres, 2001) Sostiene en mejorar los procesos, utilizando diversas medidas de eficacia tanto en lo técnico como en lo metodológico (p.23). Permite establecer estándares de mejoramiento en procesos innovadores.

Indicadores

Métodos: generalmente parte de una secuencia ordenada y detallada de las funciones que se tienen que plasmar en el cualquier tipo de trabajo o servicio realizado (Grupo Albe, 2017, párr.1). Se puede referir a continuaciones que buscan aumentar la calidad constantemente en beneficio de la empresa.

Técnicas: Pasos generalmente diseñados, exclusivamente para un proceso de elaboración (González, s.f., p.4).

Innovación de organización

Según la OCDE (2005) se define de manera que se genera un método de trabajo en función a un a gestión adecuada, tanto en lo gerencial como en lo administrativo, haciendo hincapié en lo externo e interno (p.62). Conlleva a buscar principios externos, que puedan mejorar el interiormente la empresa, como por ejemplo el capital humano y el clima laboral, todo eso involucrado en el manejo que se tiene como organización y la visión que posee el dueño en causa a un replanteo empresarial.

Según Sundbo y Gallouj (citado por Jacob, Tintore y Torres, 2001) refiere que buscan generar nuevas tendencias en lo organizacional y gestión (p.23). Se crean mejoras para cambiar políticas en cuestión de brindar novedosas ideas para su innovación.

Indicadores

Métodos de trabajo: implican en ejecutar factores existentes en metodologías con el fin de desarrollar métodos efectivos, con el fin de reducir costos en beneficio de la empresa (Aguirregoitia, 2011, p.10). Los métodos de trabajo son importantes porque permiten ayudar a aplicar, diferentes estrategias enfocadas a mejorar la producción, con un trabajo menos forzoso.

Métodos de gestión: surge desde la perspectiva equivalente de la administración sistemática en función a planear, organizar, controlar y verificar dentro de una organización, con el fin de llegar a alcanzar los objetivos deseados por la empresa (Chiavenato, citado por la Escuela Europea de Management, 2016, párr.4).

1.3.2. Variable Dependiente – Crecimiento Empresarial

Marris (citado por Crossan, s.f.) desarrolló la teoría económica del capitalismo gerencial. En este modelo los gerentes de las sociedades anónimas están interesados en maximizar la tasa de crecimiento de ventas, sujeto a una restricción de precio (p.9).

Según Penrose (citado por Fucci, 2001) define el crecimiento como una etapa de absorción de recursos en un periodo de tiempo. Así mismo, menciona que el principal recurso se origina en la alta dirección, y el porcentaje de desarrollo de la empresa se manifiesta en integración de la oferta y la demanda de los recursos disponibles (p.4).

Tanto el crecimiento en las empresas, como el conjunto de los recursos que se utiliza, forman parte de una gestión en direccionar estos recursos para el crecimiento empresarial, no solo se da en forma de las ventas, si no en estructura y personal calificado, que, como herramienta de una empresa, te permite mejorar la capacidad de ella enfocada a un crecimiento económico.

Conceptualización de Crecimiento Empresarial

Para Puerto (2010) el crecimiento empresarial representa unir dos fuerzas tanto la externa como interna en función de mejorar las posibilidades en el mercado buscando crecer y encontrar el mercado correcto para posicionarse (p.2).

Según el Diccionario Wolters Kluwer (s.f.) define que el crecimiento de la empresa se refiere a no solamente crecer en tamaño si no en sintetizar en el crecimiento humano, capital y jerárquico en cuestión de la demanda que se pueda satisfacer en el mercado como empresa (párr.1). El incremento de la demanda en gran parte, es consecuencia de los procesos y estrategias que ejecuta la empresa, en beneficio de ellos y los clientes.

El crecimiento empresarial consiste en aumentar la producción de la empresa a través de las inversiones, mejorando sus instalaciones, personal y principalmente sus productos, elevando a un mayor mercado (“Consejería de Educación, s.f., párr.4).

Crecimiento llamamos a un incremento, pero si nos enfocamos en crecimiento empresarial eso nos lleva a evaluar diferentes puntos que ayudan a brindar herramientas para ejecutar un correcto proceso en función de crecimiento.

Dimensiones

Crecimiento interno

Según Sánchez, Téllez y Morales (citado por Rodríguez, 2015) Consiste en buscar mejorar internamente mediante herramientas en este caso mediante la tecnología, adquiriéndola se beneficiaría la organización en materia de producción y calidad de su producción (p.44). Se creó como filosofía dentro de una organización, con el fin de incrementar la producción, no solo en fabricación, sino que también en personal capacitado para realizarla.

Existen diversas maneras de ejecutar un crecimiento empresarial, pero la producción Para Vázquez (2014) es el crecimiento interno que surge desde la misma empresa, sintetizado en generar una productividad mejorada con el fin de incrementar las utilidades y verificar el progreso en el mercado (párr.2).

Indicadores

Adquisición de Tecnología: refiere mediante la obtención de nuevas tecnologías avanzando cuyo fin es buscar respuesta en el tiempo y costo, reduciendo sus tiempos y mejorando su productividad, así mismo arraigado en generar nuevas tendencias en la elaboración y competencia en el mercado (Rodríguez, Aguilar, Alvarado y Terán, 2007, párr.2). La adquisición de tecnología hace frente a varios puntos, como la reducción de costos, la mejora continua y el proceso de mejoramiento en el servicio de calidad y el producto que se desea brindar al cliente.

Personal: Persona capacitada para desarrollar una función específica dentro de una organización, ya sea empresa o entidad pública, desarrollando actividades referentes a su lugar de trabajo (De los Santos, 2014, p.12). Se conoce como uno de los recursos más importantes dentro de una empresa, ya que significa uno de los pilares más importantes dentro de la empresa.

Crecimiento externo

Según Sánchez, Téllez y Morales (citado por Rodríguez, 2015) señala tener un fin específico que se resuelve en buscar nuevas expansiones de territorio, cuyo fin sea para desarrollar la actividad en cuestión, creando nuevos canales para la empresa con mira en incrementar las ventas (p.45).

Para Cuesta (2001) el crecimiento externo es necesariamente la adquisición de nuevas empresas enfocadas en la expansión comercial (párr.5).

Indicadores

Expansión: Crecimiento continuo en función a ampliar los diversos aspectos de la empresa, ya sean en materia de servicio o producto, la puerta hacia un nuevo mercado (La Gran Enciclopedia de Economía, 2009, párr.3).

Ventas: Se considera como parte esencial de toda empresa, formando un acceso a mercados ya sea por medio de una sobre producción (Thompson, s.f., párr.1).

1.4. Justificación del estudio

1.4.1. Justificación Teórica

El estudio se justifica técnicamente dado que, como investigadora poseo los conocimientos teóricos adquiridos durante los ocho ciclos de la carrera de administración, así mismo, la universidad brinda asesorías personalizadas con profesores especializados en materias de Metodología de Estudio Científica y Estadística Aplicada a los negocios.

1.4.2. Justificación Legal

Con respecto a lo legal, la malla curricular de esta universidad exige que en el noveno ciclo presente un producto, dicho producto es el proyecto de estudio. Así mismo, es un requisito para poder graduarme y titularme, según lo estipula La Ley N°30220, en el Art 45 menciona como requisito mínimo, la aprobación de un trabajo de estudio para obtener el grado de bachiller y la licenciatura

1.4.3. Justificación Metodológica

Se justifica este trabajo desde el punto de vista metodológico, ya que como investigadora conozco las características de la ciencia, así mismo la metodología que usa la ciencia para el estudio científica tanto en la elaboración del proyecto de tesis como en el desarrollo del proyecto de tesis, también como producto de la metodología usada se dejara para los futuros investigadores, un cuestionario validado.

1.4.4. Justificación Práctica

Esta estudio se realiza para mejorar o resolver el problema existente de la innovación de servicios en las MYPES y su crecimiento empresarial, así mismo, deseo conceder una aportación para los futuros trabajos de estudio que se realicen en las Mypes.

1.5. Formulación del problema

1.5.1. Problema General

¿Qué relación existe entre la Innovación de servicios y Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018?

1.5.2. Problemas Específicos

- ¿Qué relación existe entre el Crecimiento empresarial y la innovación de producto de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018?
- ¿Qué relación existe entre el Crecimiento empresarial y la innovación de proceso de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018?
- ¿Qué relación existe entre el Crecimiento empresarial y la innovación de organización de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018?

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

La Innovación de servicios tiene relación con el Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

1.6.2. Hipótesis Específicos

- El Crecimiento empresarial tiene relación con la innovación de producto de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.
- El Crecimiento empresarial tiene relación con la innovación de proceso de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.
- El Crecimiento empresarial tiene relación con la innovación de organización de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Determinar la relación entre la Innovación de servicios y Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

1.7.2. Objetivo Específicos

- Determinar la relación entre el Crecimiento empresarial y la innovación de producto de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.
- Determinar la relación entre el Crecimiento empresarial y la innovación de proceso de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.
- Determinar la relación entre el Crecimiento empresarial y la innovación de organización de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Averiguación

El estudio corresponderá a un diseño no experimental de corte transversal. Según Dzul (s.f.) define el diseño no experimental como no realizar una manipulación directa, si no, realizar una observación completa en su naturaleza (p.1).

2.1.1. Tipo de Averiguación

El estudio es de tipo aplicada. Para Lozada (2014) El estudio aplicada se basa en utilizar los conocimientos adquiridos en las investigaciones de práctica y con ello traer beneficios a la sociedad (p.1).

2.1.2. Enfoque de averiguación

El estudio es de enfoque cuantitativo. Según Pérez, Gonzales y Quintanal (2016) el enfoque cuantitativo se basa en examinar datos numéricos especialmente en el campo de la estadística, es decir aquellos datos que pueden ser medidos y cuantificadas, se parte de lo general para llegar a lo particular, buscando la recolección de datos para probar las hipótesis (p.1).

2.1.3. Nivel de Averiguación

El estudio es de nivel descriptivo – correlacional. Según Ibarra (2011) consiste en mejorar los estudios porque permite establecer contacto en la realidad para observarlos, predecirlos y controlarla, como finalidad radica en formular nuevos planteamientos en la materia (párr.5).

2.2. Variables, Operacionalizacion

Tabla N°1: Matriz de operacionalizacion de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO	CATEGORIAS DE RESPUESTA	ESCALA DE MEDICION
INNOVACION DE SERVICIOS	Innovación de producto	Diseño de servicio	2	Cuestionario Dicotómica	SI NO	Nominal
		Materiales e insumos	1			
	Innovación de proceso	Métodos	2			
		Técnicas	2			
	Innovación de organización	Métodos de trabajo	2			
		Métodos de gestión	2			
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Crecimiento Interno	Adquisición de tecnología	2			
		Personal	3			
	Crecimiento Externo	Expansión	3			
		Ventas	3			

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

La población total es de 52 directivos de Mypes de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate.

2.3.2. Muestra

La muestra está conformada por 46 directivos de Mypes de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate. Según Suárez (2011) define la muestra que es “cualquier subconjunto de una población” (p.12).

2.3.3. Muestreo

Se usará el Muestreo Probabilístico y la muestra se determinará por la siguiente formula:

Tabla N°2: Formula para tamaño de muestra

$$n = \frac{NZ^2(1-p)}{(N-1)^2 + Z^2(1-p)}$$

N: Población del estudio (N=52)

p: probabilidad a favor (0.5)

Z: Nivel de confianza 95% (1.96)

e: error de estimulación (5%)

$$n = \frac{52 \times 1.96^2 \times 0.50 (1 - 0.50)}{(52 - 1) \times 5\%^2 + 1.96^2 \times 0.50 (1 - 0.50)}$$

Luego se tiene:

$$n = 45.9057 = 46$$

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

Para el estudio se utilizó la técnica denominada encuesta la cual nos permitirá recoger información de la muestra seleccionada.

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento para desarrollar la recolección de la información fue el cuestionario con respuesta dicotómica, el cual estará conformado por 22 preguntas correctamente constituidas según los indicadores de cada dimensión obtenida de las variables de estudio. Así mismo, se medirá en escala nominal.

2.4.3. Validez

La validez del instrumento estuvo dada mediante el criterio de 3 jueces expertos en el tema. Después de haber sido revisado el instrumento cada juez emitió su validación como aceptable. El juicio estuvo formado por los profesores que se muestran en la Figura N°3. Según Hernández, Fernández y Baptista (2013) menciona que representa generar un instrumento que mida las variables del estudio, en fin de generar la confiabilidad del instrumento (p.277).

Tabla N°3: Validez de expertos

Expertos	Suficiencia de aplicabilidad del instrumento
Alva Arce Rosel César	Aplicable
Martínez Zavala María Dolores	Aplicable
Costilla Castillo Pedro	Aplicable

2.4.4. Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento estuvo ejecutada mediante la prueba estadística Alpha de Cronbach, la cual medirá el grado de confiabilidad en base al número de ítems formuladas en el cuestionario aplicado a la muestra.

Para ello, la muestra piloto estuvo conformada por 25 directivos de Mypes, obteniendo los siguientes resultados.

Tabla N°4: Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	25	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	25	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla N°5: Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,739	22

Interpretación:

Se observa que el cuestionario está conformado por 22 preguntas, lo cual fue aplicada a la muestra, como resultado se obtuvo un conjunto de datos que fueron procesados a través del Software estadístico SPSS, dando como resultado que el Alfa de Cronbach es de 7.39, el mismo que fue comparado con la Figura N°6 de confiabilidad de Hernández, Fernández y Baptista (2013), encontrándose en el rango de Muy Confiable.

Tabla N°6: Escala de medidas para evaluar el Coeficiente alfa de Cronbach

Valores	Nivel
De 0.1 a 0.20	No es confiable
De 0.21 a 0.40	Baja confiabilidad
De 0.41 a 0.60	Confiable
De 0.61 a 0.80	Muy confiable
De 0.81 a 1.00	Alta confiabilidad

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2013).

2.5. Métodos de análisis de datos

Para el análisis de los datos del estudio se utilizará el método estadístico; tanto el descriptivo como el inferencial a través del Software Estadístico SPSS V.22, donde se almacenará los datos recogidos de la encuesta, representando en tablas los resultados de fiabilidad y posteriormente ser analizados e interpretados.

2.6. Aspectos éticos

El estudio se realizó en base a las normas y principios de la UCV, respetando la autoría teórica citando los textos en el proyecto de estudio. Así mismo, se respetará el anonimato de la muestra colaboradora del estudio.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis de los resultados por variables

Tabla N°7: Análisis descriptivo de la variable 1

INNOVACION DE SERVICIOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	9	19,6	19,6	19,6
	NO	37	80,4	80,4	100,0
Total		46	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics v.24.

Interpretación: En la tabla N°7, se observa que el 80,4% representa a 37 directivos de Mypes quienes respondieron que no aplican la innovación de servicios en sus negocios, mientras que el 19,6% representa a 9 directivos de Mypes los cuales si consideran importante implementar la innovación en sus negocios.

Análisis: La mayoría de directivos de Mypes no ponen énfasis en la implementación de la innovación de servicios en sus negocios, conllevando a no mejorar sus productos o servicios, lo cual incurre en una insatisfacción del cliente.

Tabla N°8: Análisis descriptivo de la variable 2

CRECIMIENTO EMPRESARIAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	30	65,2	65,2	65,2
	NO	16	34,8	34,8	100,0
Total		46	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics v.24.

Interpretación: En la tabla N°8, se observa que el 65,2% representa a 30 directivos de Mypes que perciben un crecimiento empresarial en sus negocios, mientras que el 34,8% representa a 16 directivos de Mypes que percibe que su negocio no tiene un crecimiento empresarial.

Análisis: De los datos obtenidos se puede analizar que la mayor parte de las Mypes ubicados en la Asociación Hijos de Apurímac, tienen un crecimiento empresarial, dado que utilizan la tecnología y redes sociales para dar a conocer sus productos o servicios, dando como resultados a tener mayor participación en la localidad.

3.1.1. Análisis de los resultados por dimensiones

Tabla N°9: Análisis descriptivo de la dimensión 1 – variable 1

INNOVACION DE PRODUCTO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	28	60,9	60,9	60,9
	NO	18	39,1	39,1	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics v.24.

Interpretación: En la tabla N°9, se observa que el 60,9% representa a 28 directivos de Mypes, refieren que si aplican la innovación de producto en sus negocios, mientras que el 39,1% representando a 18 directivos de Mypes, los cuales mencionan que no implementa la innovación de producto en sus negocios.

Análisis: Los directivos de las Mypes deben adquirir nuevos materiales e insumos para un mejor servicio al cliente, así mismo la implementación de un diseño de servicio, con el fin de cumplir las expectativas del consumidor.

Tabla N°10: Análisis descriptivo de la dimensión 2 – variable 1

INNOVACION DE PROCESO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	9	19,6	19,6	19,6
	NO	37	80,4	80,4	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics v.24.

Interpretación: En la tabla N°10, se observa que el 80,4% representa a 37 directivos de Mypes, los cuales respondieron que no implementan la innovación en sus procesos, mientras que el 19,6% representa a 9 directivos de Mypes, que si consideran importante implementar en sus negocios la innovación de procesos.

Análisis: En la Asociación Hijos de Apurímac, la mayor parte de las Mypes no incorporan nuevos métodos y técnicas para mejorar sus tareas, lo cual conlleva a que sus procesos no sean los adecuados a la hora de brindar el servicio final, dando como resultado las ventas bajas.

Tabla N°11: Análisis descriptivo de la dimensión 3 – variable 1

INNOVACION DE ORGANIZACION					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	9	19,6	19,6	19,6
	NO	37	80,4	80,4	100,0
Total		46	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics v.24.

Interpretación: En la tabla N°11, se observa que el 80,4% representa a 37 directivos de Mypes, que no le dan importancia a la incorporación de métodos de gestión y trabajo para la mejora de la organización, mientras que el 19,6% representa a 9 directivos de Mypes, los cuales consideran importante la implementación de nuevos métodos para mejora de la organización.

Análisis: Todas las Mypes deben dar énfasis a la incorporación de métodos de gestión y trabajo, dado que brindara una mejora en la organización de trabajo y la conducción del negocio a futuro.

Tabla N°12: Análisis descriptivo de la dimensión 1 – variable 2

CRECIMIENTO INTERNO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	37	80,4	80,4	80,4
	NO	9	19,6	19,6	100,0
Total		46	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics v.24.

Interpretación: En la tabla N°12, se observa que el 80,4% representa a 37 directivos de Mypes, que consideran tener un crecimiento interno en su negocio, mientras que el 19,6% representado por 9 directivos de Mypes, respondieron que no tienen un crecimiento en sus negocios.

Análisis: En la Asociación Hijos de Apurímac, la mayor parte de las Mypes poseen tecnología necesaria para su negocio, así mismo, cuentan con trabajadores adecuados para cada puesto asignado y así poder brindar un servicio de calidad, generando así el crecimiento interno de la empresa.

Tabla N°13: Análisis descriptivo de la dimensión 2 – variable 2

CRECIMIENTO EXTERNO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	33	71,7	71,7	71,7
	NO	13	28,3	28,3	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics v.24.

Interpretación: En la tabla N°13, se observa que el 71,7% representa a 33 directivos de Mypes, que consideran tener un crecimiento externo en sus negocios, mientras que el 28,3% representa a 13 directivos de Mypes, que refieren no tener un crecimiento en los servicios que ofrece.

Análisis: Según de los datos obtenidos, existe un porcentaje mayor de crecimiento externo de las Mypes debido a que los directivos buscan expandir sus negocios a diferentes lugares y poder captar clientes potenciales, así mismo, porque cuentan con redes sociales lo cual dan a conocer los servicios que brinda.

3.2. Pruebas de las Hipótesis de la averiguación

En vista que las variables son categorías son nominales, dicotómicas se procederá a usar el estadístico CHI- CUADRADO (PHI).

3.2.1. Prueba de la Hipótesis General

HG: Existe relación entre la Innovación de servicios y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

Ho: No existe relación entre la Innovación de servicios y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

Ha: Si existe relación entre la Innovación de servicios y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

Condiciones:

Nivel de aceptación: 95%; Nivel de significancia $p= 5\%$; Punto límite $Z= 1.96$

Regla de decisión:

- a) $\text{Sig } E < p$, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta (H_a).
- b) $\text{Sig } E > p$, entonces se acepta la hipótesis nula (H_0), y se rechaza (H_a).

Tabla N°14: Correlación entre la Innovación de servicios y Crecimiento Empresarial

Estadísticos de prueba		
	INNOVACION DE SERVICIOS (Agrupada)	CRECIMIENTO EMPRESARIAL (Agrupada)
Chi-cuadrado	17,043 ^a	4,261 ^a
Gl	1	1
Sig. Asintótica	,000	,039

Fuente: IBM SPSS Statistics v.24.

Interpretación: En la tabla N°14 se observa que ambos valores Chi cuadrado (17,043 y 4,261), caen en zona de rechazo de la hipótesis nula. Dado que se encuentra a lado derecho de $Z= 1.96$.

Además, la significancia es (0,000 y 0,039) siendo ambos casos menores que 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis nula. Es decir, se acepta la hipótesis alterna como verdadera; en conclusión, se verifica la hipótesis general también como verdadera; **Existe relación entre la Innovación de servicios y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.**

a) Hipótesis específica 1

HE1: Existe relación entre la Innovación de producto y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

H_0 : No existe relación entre la Innovación de producto y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

H_a : Si existe relación entre la Innovación de producto y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

Condiciones:

Nivel de aceptación: 95%; Nivel de significancia $p= 5\%$; Punto límite $Z= 1.96$

Regla de decisión:

- a) $\text{Sig } E < p$, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta (H_a).
- b) $\text{Sig } E > p$, entonces se acepta la hipótesis nula (H_0), y se rechaza (H_a).

Tabla N°15: Correlación entre Innovación de producto y crecimiento empresarial

Estadísticos de prueba		
	CRECIMIENTO EMPRESARIAL (Agrupada)	INNOVACION DE PRODUCTO (Agrupada)
Chi-cuadrado	4,261 ^a	2,174 ^a
gl	1	1
Sig. asintótica	,039	,140

Fuente: IBM SPSS Statistics v.24.

Interpretación: En la tabla N°15 se observa que ambos valores Chi cuadrado (4,261 y 2,174), caen en zona de rechazo de la hipótesis nula. Dado que se encuentra a lado derecho de $Z= 1.96$.

Además, la significancia es (0,039 y 0,140) siendo un caso menor y mayor que 0,05, por lo que se acepta la hipótesis nula. Es decir, se rechaza la hipótesis alterna como verdadera; en conclusión, se verifica la hipótesis específica 1 como falsa; **No existe relación entre la Innovación de producto y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.**

b) Hipótesis específica 2

HE2: Existe relación entre la Innovación de proceso y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

H_0 : No existe relación entre la Innovación de proceso y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

H_a : Si existe relación entre la Innovación de proceso y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

Condiciones:

Nivel de aceptación: 95%; Nivel de significancia $p= 5\%$; Punto límite $Z= 1.96$

Regla de decisión:

- a) $\text{Sig } E < p$, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta (H_a).
- b) $\text{Sig } E > p$, entonces se acepta la hipótesis nula (H_0), y se rechaza (H_a).

Tabla N°16: Correlación entre Innovación de proceso y crecimiento empresarial

	CRECIMIENTO EMPRESARIAL (Agrupada)	INNOVACION DE PROCESO (Agrupada)
Chi-cuadrado	4,261 ^a	17,043 ^a
gl	1	1
Sig. asintótica	,039	,000

Fuente: IBM SPSS Statistics v.24.

Interpretación: En la tabla N°16 se observa que ambos valores Chi cuadrado (4,261 y 17,043), caen en zona de rechazo de la hipótesis nula. Dado que se encuentra a lado derecho de $Z= 1.96$.

Además, la significancia es (0,039 y 0,000) siendo ambos casos menores que 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis nula. Es decir, se acepta la hipótesis alterna como verdadera; en conclusión, se verifica la hipótesis específica 2 también como verdadera; **Existe relación entre la Innovación de proceso y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.**

a) Hipótesis específica 3

HE3: Existe relación entre la Innovación de organización y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

H_0 : No existe relación entre la Innovación de organización y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

H_a : Si existe relación entre la Innovación de organización y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

Condiciones:

Nivel de aceptación: 95%; Nivel de significancia $p= 5\%$; Punto límite $Z= 1.96$

Regla de decisión:

- a) $\text{Sig } E < p$, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta (H_a).
- b) $\text{Sig } E > p$, entonces se acepta la hipótesis nula (H_0), y se rechaza (H_a).

Tabla N°17: Correlación entre Innovación de organización y crecimiento empresarial

Estadísticos de prueba		
	CRECIMIENTO EMPRESARIAL (Agrupada)	INNOVACION DE ORGANIZACION (Agrupada)
Chi-cuadrado	4,261 ^a	17,043 ^a
gl	1	1
Sig. asintótica	,039	,000

Fuente: IBM SPSS Statistics v.24.

Interpretación: En la tabla N°17 se observa que ambos valores Chi cuadrado (4,261 y 17,043), caen en zona de rechazo de la hipótesis nula. Dado que se encuentra a lado derecho de $Z= 1.96$.

Además, la significancia es (0,039 y 0,000) siendo ambos casos menores que 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis nula. Es decir, se acepta la hipótesis alterna como verdadera; en conclusión, se verifica la hipótesis específica 3 también como verdadera; **Existe relación entre la Innovación de organización y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.**

IV. DISCUSION

4.1. Discusión por objetivos

Este estudio tiene como objetivo general determinar la relación entre la Innovación de servicios y Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018, el mismo que es comparado con el objetivo general de **Vargas (2017)** que fue, determinar el nivel de Innovación empresarial en Mypes del sector de calzado en el distrito de El Porvenir, así mismo mi objetivo general se comparó con el objetivo general de **Cutipa (2015)** que fue, relacionar la intensidad de innovación, el perfil del empresario y la competitividad. Además, el objetivo general de mi trabajo tiene similitud con el estudio de **Sudario (2017)** el cual el objetivo general fue, determinar el efecto de la innovación tecnológica sobre las exportaciones agropecuarias del Perú, periodo 2000-2015.

4.2. Discusión por metodología

La presente estudio tiene como metodología; diseño no experimental de corte transversal, el tipo de estudio Aplicada, con un enfoque Cuantitativo y con un nivel descriptivo correlacional, el cual se comparó con el estudio que concuerda con la metodología de **Vargas (2017)** que fue, descriptiva con diseño no experimental de corte transversal y su población fue pequeña con una muestra de 26 Mypes, también se comparó con el estudio de **Arzola (2017)**, lo cual presenta una metodología descriptiva con diseño de estudio no experimental de corte transversal. Además, la metodología de mi estudio tiene similitud con la metodología de **Lambert (2016)** el cual en su estudio fue descriptivo, con diseño no experimental de corte transversal.

4.3. Discusión por resultados

En la primera variable Innovación de Servicios el 80,4% de los directivos de Mypes quienes respondieron que no aplican la innovación de servicios en sus negocios, mientras que el 19,6%, los cuales si consideran importante implementar la innovación en sus negocios, también en la segunda variable Crecimiento Empresarial nos muestra que el 65,2% directivos de Mypes perciben un crecimiento empresarial en sus negocios, mientras que el 34,8% ,perciben que su negocio no tiene un crecimiento empresarial. La hipótesis se

confirma como verdadera con una significancia de (0,000 y 0,039) entre las dos variables, muy considerable dado que no supera a la significancia teórica planteada que es 0.05; Se comparó con la tesis de **Lambert (2016)** que tuvo como resultados obtenidos que el 76% de trabajadores son intraemprendedores, lo cual indica que es alta, mientras el 71% de los micro y pequeños empresarios son innovadores, así mismo este estudio no guarda relación con mi estudio. Así mismo, no concuerda con el estudio de **Vargas (2017)** que tuvo como resultado que el 61.5% dando un nivel alto, indican que los microempresarios implementan la innovación empresarial en sus negocios, mientras que el 38.5% dando con un nivel medio en cuanto a la innovación empresarial.

4.4. Discusión por conclusiones

En conclusión, la innovación de servicios guarda relación con el crecimiento en las Mypes, dado que, al implementar nuevos métodos en la empresa, genera mayor crecimiento tanto interno como externo, generando mayor participación en el mercado. Sin embargo, se ha determinado que los directivos de Mypes de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018, no implementan la innovación de servicios en sus negocios, por lo que a su vez concuerda con lo establecido en la conclusión de **Moreno (2016)** concluye, que existe la falta de presupuesto para realizar actividades innovadoras, la resistencia al cambio y la falta de un departamento responsable por la indagación y desarrollo como los factores que limitan la innovación y como consecuencia no generan un bien, ni patente que les haga más competitivos. Además, mi conclusión guarda similitud con la conclusión de **Arzola (2017)** que concluye, que Los factores que afectan adversamente el desarrollo comercial de MYPES en el distrito de Huanchaco son: gestión del conocimiento, financiamiento externo y motivación del propietario, y el factor que interfiere positivamente es el tamaño de la empresa. En torno a el estudio la innovación como resultado para las Mypes genera ventajas dentro de un mercado competitiva, asu vez relacionado con la tesis de **Avendaño (2012)** que concluye y destaca la posibilidad de que las pequeñas y medianas empresas deban manejar la innovación que, además de ser una herramienta para el desarrollo y el crecimiento, propician otros beneficios económicos y sociales para el municipio de Cúcuta.

V. CONCLUSIONES

Después de realizar todas las pruebas de las hipótesis se llegó a las siguientes conclusiones:

Conclusión 1: Se discurre que el objetivo principal del estudio se efectuó; es decir se precisó la conexión entre la Innovación de servicios y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

Conclusión 2: Se discurre que el objetivo específico 1 del estudio no se efectuó; es decir no se precisó la conexión entre la Innovación de producto y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

Conclusión 3: Se discurre que el objetivo específico 2 del estudio se efectuó; es decir se precisó la conexión entre la Innovación de proceso y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

Conclusión 4: Se discurre que el objetivo específico 3 del estudio se efectuó; es decir se precisó la conexión entre la Innovación de organización y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

VI. RECOMENDACIONES

1. Habiendo conexión entre las dos variables planteadas, y teniendo en cuenta los resultados obtenidos, el 80,4% de directivos de Mypes respondieron sobre la Innovación de Servicios que no incorporan mejoras en sus productos de servicio. Por ello, se recomienda a los directivos tener a sus colaboradores motivados, dado que está comprobado que los trabajadores motivados son más productivos, mediante incentivos como: horarios flexibles, tiempo libre, reconocimiento de los logros, y brindarles cursos gratuitos para su formación profesional, de manera que los colaboradores se sientan comprometidos con la organización, conllevando a la participación del desarrollo de un nuevo producto o servicio. A su vez, el 34,8% respondió sobre el Crecimiento Empresarial que no perciben el crecimiento de sus negocios. Por ello, se recomienda a los directivos apoyarse en la sociedad digital, boletines impresos o electrónicos, donde esté al alcance de los clientes potenciales, así mismo, mejorar el servicio, la atención al cliente teniendo en cuenta las sugerencias que tiene los clientes hacia la empresa, dado que conllevaría a incrementar sus ventas.
2. No habiendo conexión entre la variable Crecimiento Empresarial y la dimensión Innovación de producto, entorno a los resultados adquiridos, el 39,1% de directivos de Mypes, refieren que no aplican la innovación de producto en sus negocios. Por ello, se recomienda trabajar en el diseño del servicio, enfocado a las necesidades e intereses de los clientes, el cual consta de seis pasos: observar como los clientes usan el servicio, la involucración de los clientes de manera que puedan dar ideas sobre que elemento se puede mejorar en el servicio, observar cómo se relacionan los clientes con el servicio, analizar la calidad del producto, realización del prototipo del nuevo servicio y finalmente implementar el diseño nuevo, con el objetivo de ofrecer una experiencia agradable al cliente, conllevando a la fidelización con la empresa, dado a la experiencia vivida, así mismo, se hace mención en incorporar nuevos materiales tecnológicos para la empresa.

3. Habiendo conexión entre la variable Crecimiento Empresarial y la dimensión Innovación de proceso entorno a los resultados adquiridos, el 80,4% de directivos de Mypes respondieron que no implementan la innovación en sus procesos. Por el cual, se recomienda incorporar métodos y técnicas para la realización de las funciones del trabajador, los cuales consta de: entrevistas individuales, cuestionarios lo cual debe contener un listado de tareas, en las que el jefe pueda conocer las destrezas necesarias y las tareas desarrolladas en cada puesto, enfocado a mejorar el desempeño de un proceso, de manera que tiene que ser dirigido y controlado por los directivos de las Mypes.
4. Habiendo conexión entre la variable Crecimiento Empresarial y la dimensión Innovación de organización entorno a los resultados adquiridos, el 80,4% de directivos de Mypes indicaron que no implementan la innovación de organización en sus negocios. Por ello, se recomienda evaluar la satisfacción de los trabajadores y proveedores, mediante una encuesta, lo cual permitirá conocer las oportunidades de innovación que tiene la empresa y detectar las áreas que se encuentran débiles. Así mismo, también medir la satisfacción que tienen los clientes, mediante la herramienta Net Promoter Score, lo cual permitirá conocer que tan dispuestos están los clientes a recomendar la marca. Por último, implantar una cultura de mejora continua, mediante capacitaciones para los trabajadores, brindando cursos que se enfoquen en resolver las áreas de oportunidad de los empleados, conllevando a la empresa a poder innovar internamente.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arzola Y., J. (2017). *Factores que intervienen en el Crecimiento Empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco año 2017* (Tesis de titulación). Recuperada de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11534/arzola_yj.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Astudillo, S. y Briozzo, A. (Diciembre, 2015). *Innovación en las Mipymes Manufactureras de Ecuador y Argentina*. Revista Semestre Económico, 19(40), 117-144.
- Avendaño C., W. (Junio, 2012). *Innovación: un proceso necesario para las pequeñas y medianas empresas del municipio de San José de Cúcuta, norte de Santander (COLOMBIA)*. Revista Semestre Económico, 15(31), 187-208.
- Burgos P., Y. (2014). *Factores determinantes de innovación en las pymes metalmecánicas de Cartagena-Colombia* (Tesis de maestría). Recuperada de <http://biblioteca.unitecnologica.edu.co/notas/tesis/0067358.pdf>
- Castillo O., G. (2010). *Innovación en producto en las Mipymes del fondo emprender del sector de alimentos de la ciudad de Manizales* (Tesis de maestría). Recuperada de <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/90/1/Tesis%20Innovacion%20Producto%20Mipymes.pdf>
- Clemence V., R. (1968). *Ensayos de J. A. Schumpeter*. EE.UU: Oikos.
- Consejería de Educación, Juventud y Deportes. (s.f.). *Eco. y Organización de Empresas*. Recuperado de https://servicios.educarm.es/templates/portal/images/ficheros/etapasEducativas/secundaria/16/secciones/270/contenidos/10827/teorias_sobre_el_empresa_de_knigh_y_schumpeter.pdf
- Crossan, K. (s.f.). *The Theory of the Firm and Alternative Theories of Firm Behaviour: A Critique*. International Management Journals, 1(1), 1-2.
- Cuesta Valiño, P. (2001). *Estrategias de crecimiento de las empresas de distribución comercial de productos de gran consumo que operan en España*. (Tesis de doctorado). Universidad Autónoma, Madrid.

- Cutipa L., A. (2015). *Intensidad de Innovación, perfil del empresario y su impacto en la competitividad de mypes exportadores de artesanía textil en Puno- 2013 y 2014* (Tesis de maestría). Recuperada de http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/ujcm/33/Alberto_Tesis_Maestr%C3%A9a_Da_2015.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Fucci, T. (Enero, 2001). *La gestión del crecimiento de la empresa*. Recuperado de <http://www.ope20156.unlu.edu.ar/pdf/crecimiento.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2013). *Metodología de la Investigación*. Recuperado de https://rafahe.files.wordpress.com/2013/03/hernc3a1ndez-sampieri_cap-9-metodologia-de-la-investigacion.pdf
- Jacob, M., Tintoré, J. y Torres, X. (2001). *Innovación en el sector turístico balear, Analisis prospectivo de tecnologías*. Recuperado de http://informecotec.es/media/19_Innov_Servic.pdf
- La Consejería de Educación. (s.f.). *El desarrollo y la estrategia empresarial: El crecimiento de la empresa*. Recuperado de http://agrega.juntadeandalucia.es/repositorio/15102010/ef/es-an_2010101513_9120025/EA2_U2_T2_Contenidos_v03.pdf
- Lambert B., A. (2016). *Cultura intraemprendedora y la innovación de los micro y pequeños empresarios del calzado. Trujillo* (Tesis de titulación). Recuperada de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/437/lambert_ba.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López, N., Montes, J. y Vázquez, C. (2007). *Cómo gestionar la innovación en las pymes*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=oGJTfQh6QHUC&oi=fnd&pg=PR11&dq=innovacion+de+servicios+en+las+pymes&ots=jIaJzF6Mmw&sig=VBN6rl_TCr1CH1ioiQmCYNPvDTQ#v=onepage&q=innovacion%20de%20servicios%20en%20las%20pymes&f=false

- Moreno S., L. (2016). *El papel de la innovación en el desempeño de las pymes familiares vs. Las no familiares. El caso de una economía en desarrollo* (Tesis de doctorado). Recuperada de https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2016/hdl_10803_399905/lams1de1.pdf
- Murcia C., H. (2015). *Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial*. (2.^aed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. (2005). *Manual de Oslo*. (3.^aed.). Madrid: Tragsa.
- Palacios A., L. (2015). *Estrategias de creación empresarial*. (2.^aed.). Bogotá: Eco Ediciones.
- Puerto B., D. (Enero/junio, 2010). *La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización*. Revista Pensamiento & Gestión, 4 (8), 171-195.
- Rodríguez C., F. (2015). *Crecimiento empresarial y fuentes de financiamiento de las Mypes en el Centro comercial las Malvinas-Av. Wiesse en el Distrito de San Juan de Lurigancho, 2015* (Tesis de titulación, Universidad Cesar Vallejo).
- Rodríguez, L., Aguilar, M., Alvarado, A. y Terán, E. (21 de enero de 2007). Adquisición tecnológica [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://bloggrupoleo.blogspot.com/>
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe. (Agosto, 2004). *La disciplina de la innovación*. Recuperado de <http://www.sela.org/media/2366647/r-la-disciplina-de-la-innovacion.pdf>
- Sudario R., N. (2017). *Efecto de la innovación tecnológica en las exportaciones agropecuarias del Perú, periodo 2000-2015* (Tesis de titulación). Recuperada de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2320/Sudario_RNZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vargas C., K. (2017). *Innovación Empresarial en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, año 2017* (Tesis de titulación). Recuperada de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11607/vargas_ck.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 01: Instrumento de Recolección de Datos.

INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES

OBJETIVO: Determinar la relación entre la Innovación de servicios y Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

SI	NO
1	2

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN	
		1	2
1	¿El servicio que ofrece esta adecuado a las necesidades del cliente?		
2	¿El diseño de servicio cumple las expectativas que tiene el cliente?		
3	¿Incorpora nuevos materiales e insumos para el servicio?		
4	¿Conoce que métodos utilizar para mejorar su servicio?		
5	¿Implementa nuevos métodos para mejorar su servicio?		
6	¿Considera que las técnicas usadas son las más adecuada en el servicio que ofrece?		
7	¿Implementa nuevas técnicas para la mejora de las tareas?		
8	¿Aplica nuevos métodos para organizar el trabajo (trabajo en equipo, integración en áreas, etc.?)		
9	¿Usted considera importante implementar cada cierto tiempo nuevas formas de trabajo?		
10	¿Conoce usted los métodos de gestión?		
11	¿Incorpora métodos de gestión en la conducción de su negocio?		
12	¿Cree usted que poseer tecnología genera un servicio de mejor calidad?		
13	¿El uso de la tecnología en su negocio le genera más competitividad?		
14	¿El personal de su negocio cumple sus funciones correctamente?		
15	¿Poseer más trabajadores significa que la empresa tiene más trabajo?		
16	¿La contratación del personal a corto plazo significa que la empresa ha crecido económicamente?		
17	¿La empresa busca expandir sus servicios a nuevos mercados?		
18	¿La apertura de un nuevo local es causa de una demanda existente?		
19	¿La apertura de un nuevo local le generara mayores beneficios económicos?		
20	¿Atiende a una clientela fuera del área de su negocio?		
21	¿Usa las redes sociales para dar a conocer el servicio que brinda?		
22	¿Las ventas es el principal indicador de rentabilidad en su negocio?		

Gracias por su colaboración

Anexo 02: Validación del Instrumento.

Lima, 22 de Junio del 2018

Estimada Dr.: Alva Arce, Rosel Cesar

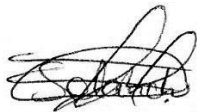
Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: "Innovación de servicios y Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018". Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente,



Solanch Steysi Huaynatis Inga

70584103

Lima, 22 de Junio del 2018

Estimada Dra.: Martínez Zavala, María Dolores

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: "Innovación de servicios y Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018". Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente,



Solanch Steysi Huaynatis Inga

70148507

Lima, 25 de Junio del 2018

Estimada Dr.: Pedro Cosrujo Casillo.

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: "Innovación de servicios y Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018". Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente,



Solanch Steysi Huaynatis Inga

70584103

“INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DE LA ASOCIACIÓN HIJOS DE APURÍMAC, DISTRITO ATE-2018”

1. Problema

1.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la Innovación de servicios y Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018?

1.2. Problemas específicos

- a) ¿Qué relación existe entre el Crecimiento empresarial y la innovación de producto de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018?
- b) ¿Qué relación existe entre el Crecimiento empresarial y la innovación de proceso de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018?
- c) ¿Qué relación existe entre el Crecimiento empresarial y la innovación de organización de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018?

2. Hipótesis

2.1. Hipótesis general

La Innovación de servicios tiene relación con el Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

2.2. Hipótesis específicas

- a) El Crecimiento empresarial tiene relación con la innovación de producto de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.
- b) El Crecimiento empresarial tiene relación con la innovación de proceso de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.
- c) El Crecimiento empresarial tiene relación con la innovación de organización de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES

OBJETIVO: Determinar la relación entre la Innovación de servicios y Crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, Distrito Ate-2018.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

SI	NO
1	2

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN	
		1	2
1	¿El servicio que ofrece esta adecuado a las necesidades del cliente?		
2	¿El diseño de servicio cumple las expectativas que tiene el cliente?		
3	¿Incorpora nuevos materiales e insumos para el servicio?		
4	¿Conoce que métodos utilizar para mejorar su servicio?		
5	¿Implementa nuevos métodos para mejorar su servicio?		
6	¿Considera que las técnicas usadas son las más adecuada en el servicio que ofrece?		
7	¿Implementa nuevas técnicas para la mejora de las tareas?		
8	¿Aplica nuevos métodos para organizar el trabajo (trabajo en equipo, integración en áreas, etc.?)		
9	¿Usted considera importante implementar cada cierto tiempo nuevas formas de trabajo?		
10	¿Conoce usted los métodos de gestión?		
11	¿Incorpora métodos de gestión en la conducción de su negocio?		
12	¿Cree usted que poseer tecnología genera un servicio de mejor calidad?		
13	¿El uso de la tecnología en su negocio le genera más competitividad?		
14	¿El personal de su negocio cumple sus funciones correctamente?		
15	¿Poseer más trabajadores significa que la empresa tiene más trabajo?		
16	¿La contratación del personal a corto plazo significa que la empresa ha crecido económicamente?		
17	¿La empresa busca expandir sus servicios a nuevos mercados?		
18	¿La apertura de un nuevo local es causa de una demanda existente?		
19	¿La apertura de un nuevo local le generara mayores beneficios económicos?		
20	¿Atiende a una clientela fuera del área de su negocio?		
21	¿Usa las redes sociales para dar a conocer el servicio que brinda?		
22	¿Las ventas es el principal indicador de rentabilidad en su negocio?		

Gracias por su colaboración

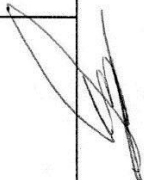
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
INNOVACIÓN DE SERVICIOS	INNOVACIÓN DE PRODUCTO	DISEÑO DE SERVICIO	El servicio que ofrece esta adecuado a las necesidades del cliente. El diseño de servicio cumple las expectativas que tiene el cliente.	SI NO	/			
		MATERIALES E INSUMOS	Incorpora nuevos materiales e insumos para el servicio.		/			
		MÉTODOS	Conoce que métodos utilizar para mejorar su servicio. Implementa nuevos métodos para mejorar su servicio.		/			
	INNOVACIÓN DE PROCESO	TECNICAS	Considera que las técnicas usadas son las más adecuada en el servicio que ofrece. Implementa nuevas técnicas para la mejora de las tareas.		/			
		MÉTODOS DE TRABAJO	Aplica nuevos métodos para organizar el trabajo (trabajo en equipo, integración en áreas, etc.		/			
			Usted considera importante implementar cada cierto tiempo nuevas formas de trabajo.		/			
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	INNOVACIÓN DE ORGANIZACIÓN	MÉTODOS DE GESTION	Conoce usted los métodos de gestión. Incorpora métodos de gestión en la conducción de su negocio.	/				
		ADQUISICIÓN DE TECNOLOGIA	Cree usted que poseer tecnología genera un servicio de mejor calidad. El uso de la tecnología en su negocio le genera más competitividad.	/				
	CRECIMIENTO INTERNO	PERSONAL	El personal de su negocio cumple sus funciones correctamente.	/				

Título de la investigación: "INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DE LA ASOCIACIÓN HIJOS DE APURÍMAC, DISTRITO ATE-2018"

Apellidos y nombres del investigador: Solanch Steysi Huaynatis Inga

Apellidos y nombres del experto: Alva Arce Rosel Cesar

Firma del experto		<p>Poseer más trabajadores significa que la empresa tiene más trabajo.</p> <p>La contratación del personal a corto plazo significa que la empresa ha crecido económicamente.</p> <p>La empresa busca expandir sus servicios a nuevos mercados.</p> <p>La apertura de un nuevo local es causa de una demanda existente.</p> <p>La apertura de un nuevo local le generara mayores beneficios económicos.</p> <p>Atiende a una clientela fuera del área de su negocio.</p> <p>Usa las redes sociales para dar a conocer el servicio que brinda.</p> <p>Las ventas es el principal indicador de rentabilidad en su negocio.</p> <p>Fecha / 22.06.2018</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
										CRECIMIENTO EXTERNO	EXPANSIÓN
										VENTAS	


Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS
Título de la investigación: "INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DE LA ASOCIACIÓN HIJOS DE APURIMAC, DISTRITO ATE-2018"**

Apellidos y nombres del investigador: Solanch Steysi Huaynatis Inga

Apellidos y nombres del experto: Martinez Zavala Maria Dolores

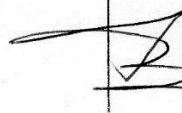
		ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
INNOVACIÓN DE SERVICIOS	INNOVACIÓN DE PRODUCTO	DISEÑO DE SERVICIO	El servicio que ofrece esta adecuado a las necesidades del cliente.	SI NO	/			
		MATERIALES E INSUMOS	El diseño de servicio cumple las expectativas que tiene el cliente.		/			
	MÉTODOS		Incorpora nuevos materiales e insumos para el servicio.		/			
			Conoce que métodos utilizar para mejorar su servicio.		/			
	TECNICAS		Implementa nuevos métodos para mejorar su servicio.		/			
			Considera que las técnicas usadas son las más adecuada en el servicio que ofrece.		/			
INNOVACIÓN DE ORGANIZACIÓN	MÉTODOS DE TRABAJO		Implementa nuevas técnicas para la mejora de las tareas.	/				
			Aplica nuevos métodos para organizar el trabajo (trabajo en equipo, integración en áreas, etc.	/				
	MÉTODOS DE GESTION		Usted considera importante implementar cada cierto tiempo nuevas formas de trabajo.	/				
			Conoce usted los métodos de gestión.	/				
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	CRECIMIENTO INTERNO	ADQUISICIÓN DE TECNOLOGIA	Incorpora métodos de gestión en la conducción de su negocio.	/				
		PERSONAL	Cree usted que poseer tecnología genera un servicio de mejor calidad. El uso de la tecnología en su negocio le genera más competitividad. El personal de su negocio cumple sus funciones correctamente.	/				

Firma del experto		<p>Fecha: / / 22 - 08 - 2018</p>	<p>Poseer más trabajadores significa que la empresa tiene más trabajo.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			<p>La contratación del personal a corto plazo significa que la empresa ha crecido económicamente.</p>				<input checked="" type="checkbox"/>
			<p>La empresa busca expandir sus servicios a nuevos mercados.</p>				<input checked="" type="checkbox"/>
			<p>La apertura de un nuevo local es causa de una demanda existente.</p>				<input checked="" type="checkbox"/>
			<p>La apertura de un nuevo local le generara mayores beneficios económicos.</p>				<input checked="" type="checkbox"/>
			<p>Atiende a una clientela fuera del área de su negocio.</p>				<input checked="" type="checkbox"/>
			<p>Usa las redes sociales para dar a conocer el servicio que brinda.</p>				<input checked="" type="checkbox"/>
			<p>Las ventas es el principal indicador de rentabilidad en su negocio.</p>				<input checked="" type="checkbox"/>
			<p>EXPANSIÓN</p>				<input checked="" type="checkbox"/>
			<p>VENTAS</p>				<input checked="" type="checkbox"/>
<p>CRECIMIENTO EXTERNO</p>	<input checked="" type="checkbox"/>						

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DE LA ASOCIACIÓN HIJOS DE APURÍMAC, DISTRITO ATE-2018"									
Apellidos y nombres del investigador: Solanch Steysi Huaynatis Inga									
Apellidos y nombres del experto: <u>Dr. COSTA CASRILLO PEDRO</u>									
ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO						
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS		
INNOVACIÓN DE SERVICIOS	INNOVACIÓN DE PRODUCTO	DISEÑO DE SERVICIO	El servicio que ofrece esta adecuado a las necesidades del cliente.	SI NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
		MATERIALES E INSUMOS	El diseño de servicio cumple las expectativas que tiene el cliente.		<input checked="" type="checkbox"/>				
	INNOVACIÓN DE PROCESO	MÉTODOS	Incorpora nuevos materiales e insumos para el servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>				
		TECNICAS	Conoce que métodos utilizar para mejorar su servicio. Implementa nuevos métodos para mejorar su servicio. Considera que las técnicas usadas son las más adecuada en el servicio que ofrece. Implementa nuevas técnicas para la mejora de las tareas.		<input checked="" type="checkbox"/>				
	INNOVACIÓN DE ORGANIZACIÓN	MÉTODOS DE TRABAJO	Aplica nuevos métodos para organizar el trabajo (trabajo en equipo, integración en áreas, etc.		<input checked="" type="checkbox"/>				
		MÉTODOS DE GESTIÓN	Usted considera importante implementar cada cierto tiempo nuevas formas de trabajo. Conoce usted los métodos de gestión. Incorpora métodos de gestión en la conducción de su negocio.		<input checked="" type="checkbox"/>				
	CRECIMIENTO EMPRESARIAL	CRECIMIENTO INTERNO	ADQUISICIÓN DE TECNOLOGIA		Cree usted que poseer tecnología genera un servicio de mejor calidad. El uso de la tecnología en su negocio le genera más competitividad.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			PERSONAL		El personal de su negocio cumple sus funciones correctamente.	<input checked="" type="checkbox"/>			

			<p>Poseer más trabajadores significa que la empresa tiene más trabajo.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>						
			<p>La contratación del personal a corto plazo significa que la empresa ha crecido económicamente.</p>		<input checked="" type="checkbox"/>					
<p>CRECIMIENTO EXTERNO</p>		<p>EXPANSIÓN</p>	<p>La empresa busca expandir sus servicios a nuevos mercados.</p>			<input checked="" type="checkbox"/>				
			<p>La apertura de un nuevo local es causa de una demanda existente.</p>				<input checked="" type="checkbox"/>			
			<p>La apertura de un nuevo local le generara mayores beneficios económicos.</p>					<input checked="" type="checkbox"/>		
			<p>Atiende a una clientela fuera del área de su negocio.</p>						<input checked="" type="checkbox"/>	
			<p>Usa las redes sociales para dar a conocer el servicio que brinda.</p>							<input checked="" type="checkbox"/>
		<p>VENTAS</p>	<p>Las ventas es el principal indicador de rentabilidad en su negocio.</p>							
<p>Firma del experto</p> 			<p>Fecha: / / 26-06-18</p>							

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Anexo 03: Acta de aprobación de originalidad de tesis

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, **MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX**, docente de la Facultad de **Ciencias Empresariales** y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo **Filial - Lima Los Olivos**, revisora de la tesis titulada:

“INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DE LA ASOCIACIÓN HIJOS DE APURÍMAC ,DISTRITO ATE – 2018 ” de la estudiante **SOLANCH STEYSI HUAYNATIS INGA**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **24%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender **EL INFORME DE INVESTIGACIÓN** cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 25 de junio de 2019




MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX
 DNI: 16631152

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Anexo 04: Pantallazo de software turnitin

Feedback Studio - Mozilla Firefox
 https://ev.turnitin.com/app/carta/es?ro=103&lang=es&o=1147091148&u=1055284503&s=1

feedback studio

HUAYNATIS_INGA_SOLANCHI_STEYSL_Turnitin_3.docx

90% 31 de 32


Resumen de coincidencias

24 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias	Porcentaje	Fuente
1	15 %	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante
2	5 %	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet
3	1 %	repositorio.upu.edu.pe Fuente de Internet
4	1 %	repositorio.uladtech.ed... Fuente de Internet
5	<1 %	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante
6	<1 %	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante
7	<1 %	www.slideshare.net Fuente de Internet
8	<1 %	repositorioacademico... Fuente de Internet
9	<1 %	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPPS DE LA ASOCIACIÓN DE HIJOS DE APURÍMAC, DISTRITO ATE 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:
HUAYNATIS INGA SOLANCHI STEYSI

ASESOR:
DÍAZ SALCEDO, SEVERINO ANTONIO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA - PERÚ
2018

Página: 1 de 35 Número de palabras: 9166

HUAYNATIS

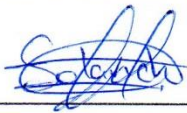
Anexo 05: Autorización de publicación de tesis

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo SOLANCH STEYSI HUAYNATIS INGA, identificado con DNI N° 70584103, egresado de la Escuela Profesional de ADMINISTRACION de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DE LA ASOCIACIÓN HIJOS DE APURÍMAC, DISTRITO ATE-2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:





FIRMA

DNI: 70584103

FECHA: 11 de diciembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Anexo 06: Autorización de la versión final del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Conste por el presente documento, el visto bueno que otorga el encargado del área de Investigación de la Escuela Profesional de Administración-Sede Lima Norte, a la versión final de trabajo de investigación que presente el alumno:

Srta. SOLANCH STEYSI HUAYNATIS INGA

Trabajo de Investigación titulado:

INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DE LA ASOCIACIÓN HIJOS DE APURÍMAC, DISTRITO ATE-2018

Para obtener el grado Académico y/o Título profesional de

LICENCIA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA : 28 de noviembre del 2018

NOTA O MENCIÓN : 15 (quince)

Lima, 25 de junio del 2019



MSc. MIRENA FOX PETRONILA LILIANA
Coordinadora de Investigación de la EP de Administración